

**FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**MODA YÖNETİMİ PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI**

**DERS BİLGİLERİ**

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Moda Pazarlama	MYP 106	2	2+1	3	4
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Eda TURAN				
Dersi Verenler	Öğr. Gör. Dr. Selin ÖGEL AYDIN				
Dersin Amacı	Moda ve hazır giyim endüstrisine yönelik pazarlama kavramı ve süreçleri, pazar yapısı, rekabet, çevre, pazarlama ve finansman stratejileri ile moda ve hazır giyim pazarlama yönetimine dair temel bilgilerin edinilmesi.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1	<i>Pazarlama kavramını tanımlayarak, pazarlama anlayışı ve modayı yönlendiren etkenleri ortaya koymak.</i>			
	2	<i>Pazarlama araştırması ve bu araştırma ile birlikte pazarı bölümlendirme ve hedef pazar seçimi konularını öğrenmek.</i>			
	3	<i>Tüketici davranışları değerlendirilerek, endüstriyel tüketim boyutları hakkında fikir sahibi olmak.</i>			
	4	<i>Pazarlama anlayışı ve moda ve hazır giyim endüstrisinde ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kavramlarını değerlendirmek.</i>			
	5	<i>Hizmet pazarlaması ve uluslararası pazarlama boyutlarının, moda ve hazır giyim endüstrisinde incelenmesi.</i>			

**DERS AKIŞI**

Hafta	Teorik	Uygulama
1	Pazarlamanın Tanımı, Pazarlama Anlayışı ve Modayı Yönlendiren Etkenler	
2	Moda Pazarlama Çevresi ve Stratejik Pazarlama Yönetimi	
3	Pazarlama Araştırması	
4	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi	
5	Ürün Konumlandırma ve Farklılaştırma	
6	Tüketici Davranışı ve Örgütsel Pazarlar	
7	<b>ARA SINAV</b>	
8	Müşteri Değeri, Müşteri Sadakati ve Müşteri İlişkileri Yönetimi	
9	Ürün, İnovasyon ve Yeni Ürün Geliştirme	
10	Fiyat, Moda ve Hazır Giyim Endüstrisinde Fiyatlandırma Stratejileri	

<b>11</b>	Dağıtım, Moda ve Hazır Giyim Endüstrisinde Dağıtım Stratejileri	
<b>12</b>	Tutundurma, Moda ve Hazır Giyim Endüstrisinde Tutundurma Stratejileri	
<b>13</b>	Hizmet Pazarlaması	
<b>14</b>	Uluslararası Pazarlama	

#### **KAYNAKLAR**

- Mucuk, İ. (2000). Pazarlama İlkeleri (ve örnek olaylar). Türkmen Kitabevi.
- Korkmaz, S., Öztürk, S. A., Eser, Z., & Işın, F. B. (2009). Pazarlama: kavramlar-ilkeler-kararlar. Siyasal Kitabevi.
- Hines, T., & Bruce, M. (2007). Fashion marketing. Routledge.
- Easey, M. (Ed.). (2009). Fashion marketing. John Wiley & Sons.
- Öğretim Elemanı Ders Notları

#### **DEĞERLENDİRME**

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı Yüzdesi
<b>Ara Sınav</b>	<b>1</b>	<b>40</b>
<b>Ödev</b>	<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Yıl Sonu Sınavı</b>	<b>1</b>	<b>40</b>
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
<b>Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı</b>	<b>40</b>	
<b>Finalin Başarıya Oranı</b>	<b>60</b>	
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	
<b>Açıklama</b>		